

# Áruházak világítása

Ma már Magyarországon szinte minden termék, szolgáltatás megvásárolható, az árak között sincs túl nagy különbség az azonos minőség vagy márka tekintetében, tehát valamilyen más eszközre, eszközökre van szükség ahhoz, hogy a vevő nálunk vásároljon, hozzánk térjen vissza.

Természetesen nem a reklámmal, vagy egyéb kereskedelmi eszközökkel kívánunk foglalkozni, hanem az áruházi terekkel.

Napjainkban egyre többet foglalkoznak az „üzletek” külső és belsőépítészeti kialakításával, a berendezési tárgyak kiválasztásával, de sajnos a világítás még mindig elhanyagolt terület.

## Miért jön be hozzánk a vevő?

Amikor a vevő nem határozta el előre, hogy melyik „üzletbe” megy vásárolni, vagy nem is áll szándékában vásárolni, csak nézelődik, mi csábítja a kirakathoz, mi-



ért tér be az üzletbe?

A válasz a különbözőség, hogy a mi üzletünk első ránézésre eltér a többitől, és bizalmat ébreszt.

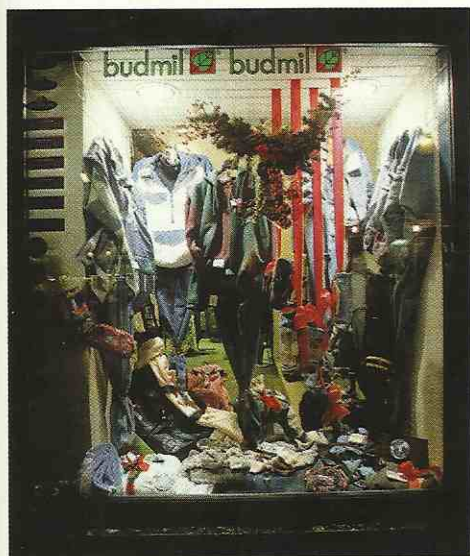
E kettős cél elérésére a világítás az egyik legjobb eszköz.

Az alábbiakban a teljesség igénye nélkül néhány szempontot kívánunk érinteni, amelyeket az áruházi világítási rendszerek tervezésénél fontosnak tartunk figyelembe venni.

Az áruházak eladóttereinek leggazdaságosabb általános megvilágítási módja a fénycsövek, illetve kompakt fénycsövek alkalmazása. Fénycsöves világítás esetén a háromsávú fénycsövek alkalmazása javasolt kiváló színvisszaadásuk és jobb fényhasznosításuk miatt.

A lámpatestek kiválasztásánál fontos szempont, hogy azok káprázásmentesek legyenek, a vásárlókat így nem zavarja a lámpatestek nagy fényssűrűsége.

Magas eladóterek esetében célszerű függesztett lámpatesteket alkalmazni, így kevesebb lámpatesttel jobb minőségű világítást lehet kialakítani.



Termék	Lux	Káprázási osztály	Színhőmérséklet (K)	Színvisszaadási igény
Csomagolt élelmiszer	500	1	3000/5000	nagy
Hús	300	1	3000	meghatározó
Hal	500	1	4000	meghatározó
Édesség	500	1	3000/3300	nagy
Gyümölcs	500	1	3000	nagy
Virág és növény	750	2	4000	nagy
Irodaszer	500	1	3000	nagy
Ajándék	500/1000	1	3000/5000	nagy
Bútor	500	1	3000	nagy
Háztartási eszközök	500	1	3000/5000	nagy
Sporteszközök	500	1	3000/4000	nagy
Játék	500	2	3000/4000	nagy
Gyógyszer	300/500	1	3000/4000	nagy
Kozmetikum	500	1	3000/4000	nagy
Fűszerek	500	1	3000	nagy
Szőnyeg és pokróc	700	1	3000	nagy
Bőr áru	500	1	3000	nagy
Szőrme áru	700	1	3000/4000	nagy
Szövet áru	500	1	3300	nagy
Autó és motorkerékpár	1000	2	4000	nagy
Gépek	300	2	4000	nagy

Minimális megvilágítási értékek és a világítás minősége különböző termékek esetében.  
A kiemelő világítás szintjének legalább a táblázat szerinti érték tízszeresének kell lennie.

### Osztályozás a káprázás elleni védelem szempontjából

- |            |  |
|------------|--|
| 1. osztály | Nagy vizuális igény (igen speciális munka)                             |
| 2. osztály | Közepes vizuális igény (normál irodai munka, vagy hasonló tevékenység) |
| 3. osztály | Kis vizuális igény (általános munkavégzés)                             |

### A kirakat megvilágítási igénye a település és az út kereskedelmi jelentősége függvényében

	Nagyváros	Város	Kis település
Másodrendű út	300/700 lux	200/500 lux	150/300 lux
Kiemelt fontosságú út	700/1000 lux	500/750 lux	400/600 lux
Főút	1000/7000 lux	750/5000 lux	600/1000 lux

Az eladóterek világítását a fénycsöves, illetve kompakt fénycsöves világítás mellett meg lehet oldani halogén izzólámpás, illetve fémhalogénlámpás világítással is.



Ajánlott megvilágítási értékek:

eladótér: 300-500 lx  
pénztár: 500 lx

Az általános világítást sok esetben célszerű kiegészíteni kiemelő világítással is. A kiemelő világítás feladata az, hogy egyes árucikkekre jobban felhívjuk a figyelmet (pld. akciós áru, stb.).

Kiemelő világítás céljára általában halogén izzólámpát vagy fémhalogénlámpát használnak. A fémhalogénlámpa alkalmazása - jobb fényhasznosítása következtében - gazdaságosabb.

Kiemelő világítás alkalmazása esetén az általános világítás szintjének kisebbnek kell lennie a javasolt értéknél, mivel a kiemelő világítás szórt és visszavert fénye hozzáadódik az általános megvilágításhoz, valamint a túl erős általános világítás csökkenti a kiemelő világítás feltűnőségét.

A kiemelő világítás kialakításánál ügyelni kell a megvilágított termék jellegére.

A meleg, barátságos atmoszférát igénylő termékek esetében alacsonyabb megvilágítási szintet (80-200lx) és meleg (max.3300K) színhőmérsékletet kell alkalmazni.

Az aktív, üzletszerű környezetben bemutatott termékek esetében nagyobb megvilágítási szintet (500lx) és semleges fehér (3300-5300K) színhőmérsékletet célszerű alkalmazni.

Órák és ékszerek kiemelő világításához a leghatásosabb a magas megvilágítási szint (1000lx) és a hideg (5300K feletti) színhőmérséklet alkalmazása.

Az áruházak világításánál tehát

a következő szempontokat célszerű figyelembe venni:

### **1./ Az érdeklődés felkeltése:**

A jól megvilágított üzletnek egyedi karakterrel kell kitűnnie a környezetben lévő üzletek közül.

### **2./ Atmoszférát kell kialakítani:**

Az eladótér általános atmoszféráját úgy kell létrehozni a világítás segítségével, hogy a vásárlóra pozitív hatással legyen, a rosszul megvilágított árucikk igazi minőségét, előnyös tulajdonságait a vásárlók nem veszik észre.

### **3./ Vizuális kalauzolás:**

A világításnak segítenie kell a vásárló tájékozódását, segítenie kell körbejárni az üzletet.

### **4./ Integrált világítás:**

Az áruház, eladótér kialakítása az üzleti stratégia visszatükröződése, a világításnak ezzel összhangban kell lennie.

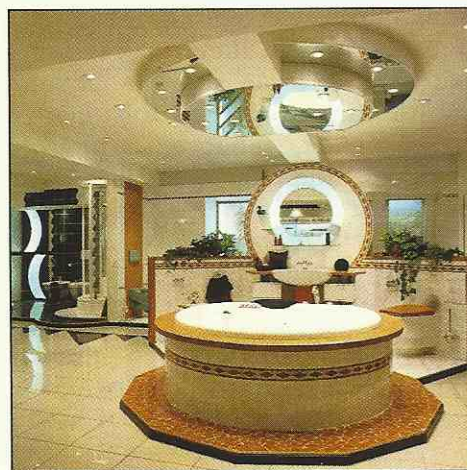
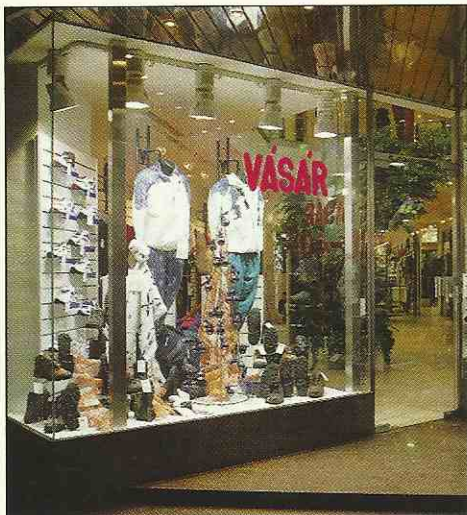
### **5./ Flexibilitás:**

Az üzleti stratégiák és trendek gyorsan változnak, a választék évszakonként is változik. A világítást tehát úgy kell kialakítani, hogy az állandóan változó igényeknek is meg tudjon felelni.

### **6./ Energiatakarékosság:**

Az áruházak világítási rendszerei általában a nap legnagyobb részében működnek, illetve egyes lámpatestek a zárás után is bekapcsolva maradnak, így folyamatos működésűek, tehát az áruházak esetében kiemelt fontosságú az energiatakarékos fényforrások alkalmazása. A folyamatosan emelkedő energiaárak mellett jelentős költség-megtakarítás érhető el, így hamar megtérül a világítási rendszer beruházási költsége.





## 7./ Élettartam:

Tekintettel arra, hogy az áruházakban a lámpatestek majdnem folyamatosan működnek, célszerű hosszú élettartamú fényforrásokat, és tartós, jó minőségű lámpatesteket választani. Az esetleges magasabb beruházási költség megtérül a karbantartási költségek csökkenéséből.

A vibráló lámpatest jelentősen rontja az üzlet megjelenését, valamint a vevőket és az eladókat is zavarja. A rossz, illetve részlegesen működő lámpatestek miatt csökken a megvilágítás szintje, és esztétikai szempontból is zavaró.

A GRIFF áruház Budapest legújabb és talán legszebb áruháza.

Az általános világítás 4 x 18W-os álmennyezetbe süllyesztett fénycsöves lámpatestekkel, illetve kompakt fénycsöves mélysugárzókkal van megoldva, a fényforrás 18W-os, 4000K színhőmérsékletű háromsávós fénycső, illetve azonos színhőmérsékletű kompakt fénycső. A kiemelő világítások álmennyezetbe süllyesztett fémhalogénlámás lámpatestekkel valósultak meg. A fényforrás színhőmérséklete ebben az esetben is 4000K. A kirakatok kiemelő világításához fémhalogénlámás fényvetőket alkalmaztak, szintén 4000K színhőmérsékletű fényforrásokkal.

A homlokzati világítás alkalmazkodva a homlokzatnál használt anyagokhoz és a belső világításhoz, szintén fémhalogénlámás fényvetőkkel került kivitelezésre.

**Zaymus Vince**  
**Szalkai Tamás**  
**REFLECT Kft.**